

Filles modèles

Quand cette publicité est apparue dans les vitrines de la ville, ce visage a-t-il attiré votre attention? A présent que vous le regardez, qu'est-ce qui vous frappe? La peau sans grain? La bouche qui semble botoxée? Les doigts sans un pli? Ou bien vous ne remarquez rien de particulier que vous puissiez formuler?

Eva Saro, responsable de projets à la fondation images et société

fondation images et société



Votre première impression?

Cochez ce qui convient

- Quelle peau de poupée!
- Les fillettes du dessin ressemblent à la pub.
- Y a-t-il une femme réelle derrière cette photo ou est-ce fantasmé à l'ordinateur?
- Autres réflexions.



Pour un atelier «Jouez à la star retouchée», nous avons réuni des magazines pour enfants, dont ce numéro de *Top Model* avec un dessin de deux fillettes. Ces frimousses aux yeux très écartés m'ont rappelé un autre visage, entrevu ailleurs pour de la cosmétique et que nous avons rapidement retrouvé parmi nos fraîches récoltes. Les similitudes nous ont surpris-e-s.

Dessin ou photographie longuement retravaillée, fantaisie, fantasme ou caricature, la bouche très charnue, souvent entr'ouverte, est un canon actuel. Ce n'est pas à la manière de Marilyn Monroe. C'est plutôt façon africaine. Quand je demande ce qu'une telle bouche suggère sur un visage caucasien, les jeunes proposent parfois: «C'est peut-être pour dire qu'elles embrassent bien». En effet, certains codes du porno ont fortement marqué la mode et la pub. Et, par ricochet, sur les pages des publications pour fillettes apparaissent des postures et habits sexualisés.

La mannequin s'appelle Daphné Groeneveld. En 2009, c'est une grande adolescente en sous-poids. Elle a entre 18 et 19 ans quand elle devient le visage de cette marque et la peinture à l'ordinateur la transforme en créature de lumière à la peau blanche, dans la lignée des Vierge Marie de l'art aux yeux clairs.

Quel est l'impact de ces visuels répétés à toutes les sauces depuis notre berceau? Les filles qui ont un nez marqué m'ont rendue attentive aux nez étroits de la pub que je n'avais pas précédemment relevés. Des parents nous rapportent régulièrement que leur fille se trouve mille défauts par rapport aux stars, tandis que leur fils voudrait davantage de muscles. Les études psychosociales constatent que la majorité des jeunes

– de plus en plus jeunes – sont insatisfaits de leur apparence (études OMS ou SMASH). Nos modèles sont certes multiples, mais ils se ressemblent de plus en plus et nous modèlent profondément à notre insu.

Dans notre société de l'image multipliée en raison des nouvelles technologies, que faisons-nous concrètement pour mieux voir et comprendre ces images qui nous parlent de liberté d'être chacun-e autrement, tout en nous enfermant dans un conformisme stéréotypé? Les messages de prévention jouent un rôle important. Les intentions formulées dans les programmes scolaires sont un pas qui compte, mais les mesures d'éducation à l'image restent modestes, alors que nous sommes submergés de visuels. **Qui nous rejoint pour que tous les enfants et les jeunes s'exercent au «décod'image» et osent leur diversité?** Cette rubrique est une invite aux synergies, car ensemble nous sommes plus forts. •

Sources des images: Dior Addict / Couverture de Top Model 05/2013 / <http://models.com/newfaces/modeloftheweek/765> (revu le 15.1.2015)

La fondation images et société innove dans le domaine de l'éducation à l'image depuis plus de 20 ans en collaboration avec divers partenaires publics et privés comme le Musée de la communication de Berne autour de «Eve et Adam des médias». Le but des activités est de mieux voir et comprendre les images à tout âge pour véritablement choisir - www.imagesetsociete.org